

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KEPUASAN  
PELANGGAN, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP  
KEPUTUSAN MENGGUNAKAN TRANSPORTASI UDARA.  
( Studi Kasus Pada PT. Lion Mentari Airlines  
di Bandara Soekarno Hatta Tangerang )**

**Wanda Yulia Utami**

Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang  
wanda.utami@unis.ac.id

**ABSTRACT**

*This research was done in order to analyze the variable effect (X1) Service Quality to variable (Y) Decision to use AirTransport Lion Air, variable effect (X2) the costumer satisfy to variable (Y) Decision to use AirTransport Lion Air, variable effect (X3) company image to variable (Y) Decision to use AirTransport Lion Air, and variable effect (X1) Service Quality, variable (X2) the costumer satisfy, variable (X3) company image to variable (Y) Decision to use AirTransport Lion Air. This research was done by using a Survey Method. The population in this research study are Passengers who had used Lion Air at least 2 times in the last 3 years. Taking of sample was done by Incidental Sampling technique, and the amount is 70 respondents. Whereas the data analysis was done by descriptive analysis, Validity test, Reability test, Hypotesist test, simple regression analysis, multiple regression analysis, simple correlation analysis, multiple correlation analysis and coefficient determination ( $R^2$ ). Based on the analysis data which was done in this research, can be concluded that variable (X1) which is Service Quality give an positive influence and significant impact on variable (Y) which is Decision to use AirTransport Lion Air for 73,2%. Variable effect (X2) which is costumer satisfy give an positive influence and significant impact on variable (Y) which is Decision to use AirTransport Lion Air for 71,5%. And Variable effect (X3) which is company image give an positive influence and significant impact on variable (Y) which is Decision to use AirTransport Lion Air for 91,5%. And Variable effect (X1) which is Service Quality, variable (X2) which is costumer satisfy, variable (X3) ) which is company image found positive and significant impact on variable (Y) which is Decision to use AirTransport Lion Air 93,2 %.*

**Keywords: Service Quality, Costumer Satisfy, Company Image, and Decision to use AirTransport Lion Air.**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menganalisis Pengaruh variabel (X1) yaitu Kualitas Pelayanan terhadap variabel (Y) yaitu Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air. Pengaruh variabel (X2) yaitu Kepuasan Pelanggan terhadap variabel (Y) yaitu Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air, dan Pengaruh variabel (X3) yaitu Citra Perusahaan terhadap variabel (Y) yaitu Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air. Pengaruh variabel (X1) yaitu Kualitas Pelayanan, variabel (X2) yaitu Kepuasan Pelanggan, variabel (X3) yaitu Citra Perusahaan, secara simultan terhadap variabel (Y) yaitu Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air.

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa variabel (X1) yaitu Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y) yaitu Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air sebesar 73,2%. Variabel (X2) yaitu Kepuasan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y) yaitu Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion sebesar 71,5%. Variabel (X3) yaitu Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel (Y) yaitu Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion sebesar 91,5%. Variabel (X1) Kualitas Pelayanan, (X2) Kepuasan Pelanggan, (X3) Citra Perusahaan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel (Y) yaitu Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion sebesar 93,2%.

**Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air.**

#### **A. Pendahuluan**

Perkembangan industri penerbangan juga dapat dilihat dari bertumbuhnya jumlah maskapai penerbangan yang ada di Indonesia. Pertumbuhan industri penerbangan membuat persaingan antara maskapai penerbangan semakin ketat. Baik untuk meningkatkan jumlah pelanggan atau mempertahankan pelanggan yang ada.

Setiap perusahaan penerbangan berusaha menunjukkan keunggulan masing-masing dengan memberikan penawaran optimal kepada pelanggan. Salah satu yang dapat membantu perusahaan agar dapat tumbuh dan berkembang adalah Kualitas Pelayanan, kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk diperhatikan dalam bisnis jasa penerbangan.

Pelayanan merupakan salah satu upaya untuk membuat perbedaan dengan perusahaan kompetitor.

Di Indonesia terdapat maskapai penerbangan yang beroperasi setiap harinya, baik maskapai besar, maskapai LCC, maupun maskapai carteran. Beberapa maskapai tersebut adalah berasal dari Indonesia ataupun Negara tetangga.

Dalam pelayanan jasa penerbangan terdapat 3 (tiga) istilah penerbangan yaitu Penerbangan *Full service*, *Mix Full Service* dan Penerbangan *Low Cost carrier*. Perbedaannya sangatlah *significant*, yang *full* tentu saja akan terdapat banyak *additional service* yang merupakan *add value* dari *main service* yang ditawarkan. Sementara yang *Mix* berada di tengah-tengah antara *full service* dan *low service*, dan *low* hanya melakukan *main service* atau pokoknya saja tanpa tambahan apapun juga. Sebagai seorang pemakai jasa *service*, kita tentu tahu produk yang kita pakai merupakan *full* atau *low cost*, sehingga

harapan kita terhadap *service* tersebut bisa kita ukur. Apabila seseorang naik pesawat yang merupakan *full service*, maka ia akan berharap mendapatkan *additional* yang bisa berupa Koran atau bacaan lainnya, *entertainment*, *suguhan makanan* dan pilihan aneka ragam minuman, kelebihan *bagasi* yang memadai, dan sebagainya. *Full service* akan lebih menghabiskan budget *pengadaan* dari sarana dan prasarana, termasuk para pelaku *service* yang tentu saja jumlahnya tidak bisa disamakan dengan para pelaku *service* di bagian *low cost*. Bila menetapkan model *full service*, jangan bicara masalah dana minim atau efisiensi. Konsekuensi dari model *full service* adalah memberikan ‘hal yang lebih’ kepada pelanggan, dan itu tentu saja memerlukan budget tambahan.

Apabila seseorang naik pesawat yang merupakan *low cost*, maka setelah berada di dalam pesawat hanya duduk, tidak mendapatkan apa-apa, kecuali dihantarkan sampai ketempat tujuan. Di bagian *low cost*, ini akan sangat mudah karena

pelanggan tidak berharap banyak dan sudah menyadari bahwa produk yang ia beli memang tidak ada service tambahannya.

Di dalam dunia penerbangan, ada tiga tahap utama dalam pelayanan, yaitu :

1. *Pre flight service*, artinya kegiatan pelayanan sebelum keberangkatan.
2. *In flight service*, berarti kegiatan pelayanan terhadap penumpang selama didalam pesawat. Pelayanan in flight merupakan jenis pelayanan yang di lakukan di dalam pesawat yang sedang terbang, biasanya di lakukan oleh maskapai full service seperti pemberian outmeal kepada penumpang.
3. *Post flight service*, adalah kegiatan pelayanan terhadap penumpang, kargo, dan pesawat setelah penerbangan.

Penulis berusaha untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan, kepuasan

pelanggan dan citra perusahaan terhadap keputusan menggunakan transportasi udara, khususnya penerbangan dalam negeri (domestik). Penelitian ini mengambil objek penelitian yaitu PT. Lion Mentari Airlines di Bandara Soekarno hatta Tangerang. Persaingan dalam industri jasa penerbangan di Indonesia memunculkan pemain-pemain baru. Salah satu perusahaan penerbangan yang tergolong pendatang baru yang paling menonjol adalah PT. Lion Mentari Airlines yang mengoperasikan maskapai Lion Air, Batik Air dan Wings Air. Dalam penelitian ini penulis meneliti maskapai Lion Air sebagai salah satu yang menerapkan pelayanan LCC.

Berdasarkan penjelasan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Citra Merek terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air dengan harapan masyarakat tidak ragu lagi untuk menggunakan Transportasi Udara Lion air, masalah

yang ada di Lion Air akan segera terselesaikan, dan akan mendorong masyarakat untuk menggunakan Transportasi Udara Lion Air. Survei penumpang akan dilakukan di Bandara Soekarno Hatta Tangerang. Sehingga judul penelitian yang akan diangkat

**B. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif, dengan menggunakan metode survey yaitu penelitian dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan dengan menyebarkan angket atau kuisioner sebagai instrumen pengumpulan data.

Populasi dalam penelitian ini adalah 235 penumpang yang telah pernah menggunakan jasa penerbangan pesawat Lion Air minimal 2 (dua) kali dalam 3 tahun terakhir dihitung dari tahun 2017, yang berangkat atau datang melalui Bandara Internasional Soekarno Hatta Tangerang.

Untuk menentukan sampel, maka penulis menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

adalah: Analisis Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Udara (Studi Kasus Pada PT. Lion Mentari Airlines di Bandara Soekarno Hatta Tangerang).

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot (e)^2}$$

Keterangan :

- n= Jumlah sampel
- N= Jumlah populasi
- e= Tingkat kesalahan 10%

Dengan menggunakan tingkat kesalahan 10%, maka ukuran sampel penelitian dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{235}{1 + 235 \cdot (0,10)^2} = 70.$$

Jadi, jumlah sampel anggota populasi yang diambil sebagai sampel sebanyak 70 orang responden.

Teknik sampling yang penulis gunakan adalah *Probability sampling*, yaitu pengambilan sampel pada responden dengan cara memberikan kesempatan yang sama kepada

seluruh populasi untuk dijadikan sampel.

### **Operasional Variabel**

Variabel *Independen* (bebas) yaitu variabel yang mempengaruhi variabel lain/*dependen*. Variabel *independen* terdiri dari : variabel  $X_1$ , variabel  $X_2$ , variabel  $X_3$ .

Variabel *Dependen* (terikat) yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel *independen*. Variabel *dependen* terdiri atas variabel  $Y$ ". (Sugiono, 2012:61)

### **Teknik Analisa Data**

#### **Statistik Deskriptif**

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi variabel penelitian, antara lain dengan cara melihat skor minimum, skor maksimum, jangkauan (range), mean, median, modus, standar deviasi dan variansnya yang dilengkapi dengan table frekuensi berikut histogramnya". (Widodo, 2012:62)

#### **Uji Validitas**

Validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen yang

digunakan sudah benar dan dipakai untuk memperoleh data secara benar.

#### **Uji Realibilitas**

Realibilitas (konsisten) digunakan untuk mengetahui konsisten tidaknya instrumen yang dipakai.

#### **Uji Statistik**

#### **Analisa Regresi Sederhana**

Analisa regresi merupakan salah satu teknik statistik yang dapat digunakan untuk menggambarkan hubungan antara dua peubah atau lebih untuk peubah kuantitatif. Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen". (Ety Rochaety, 2009:135)

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + b (X)$$

Keterangan :

*Sumber : Sugiyono ,2011*

#### **Analisa Regresi Berganda**

Berguna untuk mengukur variabel independen lebih dari satu terhadap variabel independent dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Untuk mencari a,  $b_1, b_2$  :

$$a = Y - b_1X_1 - b_2X_2$$

$$b_1 = \frac{(\sum X_2^2)(\sum X_1 Y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_2 Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

$$b_2 = \frac{(\sum X_1^2)(\sum X_2 Y) - (\sum X_1 X_2)(\sum X_1 Y)}{(\sum X_1^2)(\sum X_2^2) - (\sum X_1 X_2)^2}$$

Keterangan :

Y= Menggunakan jasa

$X_1$ = Kualitas Produk

$X_2$ = Kepuasan Pelanggan

$X_3$ = Citra Perusahaan

$\alpha$ = Konstanta

$b_1$ =Koefisien regresi Kualitas Produk

$b_2$ =Koefisien regresi Kepuasan

Pelanggan

$b_3$  = Koefisien regresi Citra Perusahaan

**Analisa Korelasi Sederhana**

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_1 Y_1 - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} \{n \sum Y_1^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Sumber : Sugiyono,2015

Keterangan :

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi

Y = Menggunakan Jasa

$X_1$  = Kualitas produk

$X_2$  = Kepuasan Pelanggan

$X_3$  = Citra Perusahaan

n = Jumlah responden

$\sum xy$  = Total perkalian skor item dan total

$\sum x$ = Jumlah skor item

$\sum y$ = Jumlah skor total

$\sum_x^2$ = Jumlah kuadrat skor item

$\sum_y^2$ = Jumlah kuadrat skor total

Kuat tidaknya pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ), Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ), Citra Perusahaan ( $X_3$ ) dan Keputusan Menggunakan Transportasi Udara (Y) diukur dengan suatu nilai yang disebut Koefisien Korelasi.

Mempunyai nilai yang paling kecil -1 dan paling besar adalah +1, dengan demikian nilai r dapat dinyatakan sebagai berikut :  $-1 \leq r \leq 1$ .

**Analisa Korelasi Berganda**

Untuk mengukur derajat hubungan antara kedua variabel, maka digunakan analisa korelasi *product moment*.

Korelasi antara  $X_1$  dan Y

$$r_{X_1 Y} = \frac{n \sum X_1 Y - (\sum X_1)(\sum Y)}{\sqrt{\{n \sum X_1^2 - (\sum X_1)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Korelasi antara  $X_2$  dan Y

$$r_{x_2y} = \frac{n(\sum X_2 Y) - (\sum X_2)(\sum Y)}{\sqrt{n \sum X_2^2 - (\sum X_2)^2} \cdot \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Korelasi antara  $X_3$  dan Y

$$r_{x_3y} = \frac{n(\sum X_3 Y) - (\sum X_3)(\sum Y)}{\sqrt{n \sum X_3^2 - (\sum X_3)^2} \cdot \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Korelasi antara  $X_1, X_2, X_3$  dan Y

$$R_{y \cdot x_1 x_2 x_3} = \frac{\sqrt{r^2 X_1 Y + r^2 X_2 Y + r^2 X_3 Y - 2 \cdot r X_1 Y \cdot r X_2 Y \cdot r X_3 Y + r X_1 X_2 X_3}}{1 - r^2 X_1}$$

**Uji Hipotesis**

**Uji t**

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis kolerasi sederhana yaitu untuk menguji hubungan masing-masing variabel independen secara persial terhadap Variabel dependen dengan taraf signifikan sebesar 5 % hipotesis rumus untuk melakukan uji hipotesis sebagai berikut :

$$t = \frac{r \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Sumber : Sugiyono ,2011

Keterangan :

t = t hitung

n = Jumlah Sampel

r = Korelasi

Untuk mengetahui kebenaran hipotesis digunakan kriteria sebagai berikut : Ho Diterima apabila  $-t(a/2 : n - k) \leq t_{hitung} \leq (a/2 : n - k)$ , artinya tidak ada hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Ho ditolak apabila  $t_{hitung} > t(a/2 : n - k)$  atau  $-t_{hitung} < -t(a/2 : n - k)$ , artinya ada hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terikat.



**Uji F**

Uji Statistik F digunakan untuk mengetahui semua variabel Independent yang dimasukan ke dalam model regresi secara bersama-sama terhadap variabel dependen dan dapat dilakukan dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ , dimana jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka Ho ditolak dan Ha diterima. Dapat juga dilihat berdasarkan pada tingkat signifikan 0,05. Hasil uji coba F produktifitas < 0,05 maka Ho

ditolak dan  $H_a$  diterima dan jika hasil uji F probabilitanya  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Sumber : Sugiyono , 2011

Keterangan :

$F_h = F_{hitung}$

R= Nilai Korelasi ganda

K= Jumlah variabel Independent

N= Jumlah Sampel

**Koefisien Determinan atau Koefisien Penentu**

Di gunakan untuk menganalisis kontribusi variabel independen yaitu  $X_1$  ,  $X_2$  ,  $X_3$  terhadap variabel dependen Y maka di gunakan dengan rumus:

$$K_d = r^2 \times 100\%$$

Dimana :

$K_d$  = Koefisien determinan  
 dan r = korelasi

**C. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling*, cara penyebaran kuesioner dengan *Random Sampling* dan pencarian sampel menggunakan Rumus Slovin, dari hasil

perhitungan dengan rumus Slovin diperoleh 70 responden dengan cara penyebaran *Random Sampling* yaitu kuesioner disebar secara acak tanpa memandang strata dan dianggap homogen (sejenis) serta menggunakan metodologi penelitian yang terdiri dari validitas, realibilitas, korelasi, koefisien determinasi, regresi sederhana, regresi berganda, uji hipotesis, uji t dan uji f .

**Uji Validitas**

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan *corrected item total correlation* yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap item dengan skor totalnya, item pernyataan valid jika r hitung lebih besar dari r standar yaitu 0,235.

Dari hasil uji validitas dengan menggunakan uji *corrected item total correlation* terlihat bahwa korelasi antara masing-masing indikator menunjukkan hasil yang signifikan ( $r_{hitung} > r_{standar}$ ). Jadi dapat disimpulkan bahwa masing-masing indikator pertanyaan adalah valid.

## Uji Realibilitas

Pengujian reliabilitas instrument dalam suatu penelitian dilakukan karena taraf kepercayaan terhadap instrument penelitian tersebut, dalam penentuan tingkat reliabilitas suatu instrument penelitian dapat diterima bila memiliki koefisien alpha lebih besar dari 0,60. Berikut ini hasil dari uji reliabilitas untuk variabel Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan, dan Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air.

Hasil Uji Reabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.887	10

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.0

Berdasarkan tabel diatas Dalam uji reabilitas diketahui bahwa nilai *Alpha Cronbach* > 0,60 yakni (0,887 > 0,60) maka, kuesioner tersebut dinamakan reliabel.

Hasil Uji Reabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.845	10

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.0

Berdasarkan tabel diatas, dalam uji reabilitas diketahui bahwa nilai *Alpha Cronbach* > 0,60 yakni (0,845 > 0,60) maka, kuesioner tersebut dinamakan reliabel.

Hasil Uji Reabilitas Variabel Citra Perusahaan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.898	10

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.0

Berdasarkan tabel diatas Dalam uji reabilitas diketahui bahwa nilai *Alpha Cronbach* > 0,60 yakni (0,898 > 0,60) maka, kuesioner tersebut dinamakan reliabel.

Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.898	10

Sumber : Data primer yang diolah menggunakan SPSS versi 22.0

Berdasarkan tabel diatas Dalam uji reabilitas diketahui bahwa nilai *Alpha Cronbach* > 0,60 yakni (0,898 > 0,60) maka, kuesioner tersebut dinamakan reliabel.

## Hasil Korelasi

### Koefisien Korelasi berganda

Hasil Uji Koefisien Korelasi Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) dan Citra Perusahaan ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.966 <sup>a</sup>	.932	.929	1.037

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data yang diolah menggunakan SPSS versi 22.0.

Berdasarkan tabel diatas maka diketahui bahwa  $R = 0,966$  atau (96,6%) artinya Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) dan Citra Perusahaan ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air (Y) adalah sangat kuat.

### Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) dan Citra Perusahaan ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air (Y).

Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Hasil Uji Koefisien Determinasi Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) dan Citra Perusahaan ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.966 <sup>a</sup>	.932	.929	1.037

a. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan,

Kualitas Pelayanan

Sumber : Data yang diolah menggunakan SPSS versi 22.0

Berdasarkan table diatas diketahui bahwa Adjusted R Square = 0,932 (93,2%) artinya Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air

adalah sebesar (93,2%) dan sisanya (6,8%) dipengaruhi oleh faktor lain atau variabel lain selain variabel independen tersebut.

### Uji Regresi Berganda

Hasil Uji Regresi Berganda Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) dan Citra Perusahaan ( $X_3$ ) Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.146	1.385		3.714	.000
	Kualitas Pelayanan	.444	.065	.485	6.833	.000
	Kepuasan Pelanggan	.209	.050	.223	4.138	.000
	Citra Perusahaan	.691	.069	.809	10.082	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Transportasi Udara

Sumber : Data yang diolah menggunakan SPSS versi 22.0

Berdasarkan tabel diatas diperoleh persamaan regresi sebagai berikut ini :

$$Y = 5,146 + 0,444 X_1 + 0,209 X_2 + 0,691 X_3$$

$a$  = Nilai 5,146 merupakan nilai constant yang menunjukkan bahwa jika kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan mempunyai nilai sebesar 0 satuan, maka penilaian keputusan menggunakan transportasi udara lion air mencapai 5,146.

$b_1 = 0,444$  Artinya jika penambahan sebesar satuan kualitas, maka penilaian kualitas pelayanan terhadap keputusan menggunakan transportasi udara lion air bertambah sebesar 0,444.

$b_2 = 0,209$  Artinya jika penambahan sebesar satuan kepuasan, maka penilaian kepuasan pelanggan terhadap keputusan menggunakan transportasi udara lion air bertambah sebesar 0,209.

$b_3 = 0,691$  Artinya jika penambahan sebesar satuan citra, maka penilaian citra perusahaan terhadap keputusan menggunakan transportasi udara lion air bertambah sebesar 0,691.

### Uji Hipotesis

#### Uji t Statistik

Hasil Uji t Statistik Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) dan Citra Perusahaan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air (Y)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,146	1,385		3,714	,000
	Kualitas Pelayanan	,444	,065	,485	6,833	,000
	Kepuasan Pelanggan	,209	,050	,223	4,138	,000
	Citra Perusahaan	,691	,069	,809	10,082	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Transportasi Udara  
 Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS versi 22.0

Berdasarkan hasil uji t pada tabel diatas menunjukkan bahwa:

Variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 nilai ini lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ). Ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap

Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air.

Variabel Kepuasan Pelanggan Variabel Kepuasan Pelanggan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 nilai ini lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ). Ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan variabel Kepuasan Pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air.

Variabel Citra Perusahaan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 nilai ini lebih kecil dari 0,05 ( $0,00 < 0,05$ ). Ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan variabel Citra Perusahaan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air.

#### Uji Pengaruh Simultan (Uji Statistik F)

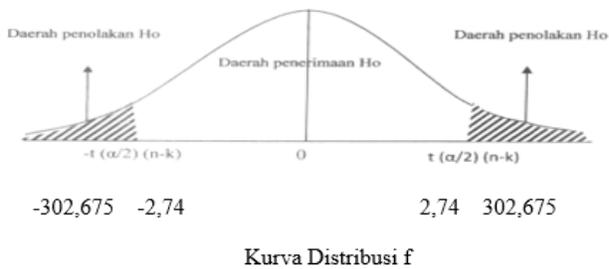
Hasil Uji Signifikansi (Uji f) Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ), Kepuasan Pelanggan ( $X_2$ ) dan Citra Perusahaan ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air (Y)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	976,934	3	325,645	302,675	,000 <sup>b</sup>
	Residual	71,009	66	1,076		
	Total	1047,943	69			

a. Dependent Variable: Keputusan Menggunakan Transportasi Udara

b. Predictors: (Constant), Citra Perusahaan, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan  
 Sumber: Data yang diolah menggunakan SPSS versi 22.0

Berdasarkan hasil perhitungan, diperoleh nilai F hitung dari model adalah 302,675 dengan nilai probabilitas sebesar 0,000. Besar nilai f tabel dengan level signifikan  $\alpha=5\%$  (0,05) numerator df = k-2 (jumlah variabel-1 atau 3-1), serta denumerator df=n-k (jumlah data - jumlah variabel atau 70-3-1=66) dengan dk pembilang = 3 maka diperoleh angka 2,74 karena f hitung > f tabel (302,675>2,74) Maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan menggunakan transportasi udara lion air, Atau dapat dikatakan bahwa ketiga variabel yakni kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan citra perusahaan bersama-sama berpengaruh dan terdapat hubungan yang positif dan signifikan.



#### D. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Citra Perusahaan terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Udara Lion Air

di Bandara Soekarno Hatta Tangerang, berikut ini adalah kesimpulan dari hasil penelitian Pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap keputusan menggunakan transportasi udara lion air (Y) adalah sangat kuat dengan nilai korelasi 0,855. Ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan transportasi udara lion air. Pengaruh kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) terhadap keputusan menggunakan transportasi udara lion air (Y) adalah sangat kuat dengan nilai korelasi 0,845. Ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan transportasi udara lion air. Pengaruh citra perusahaan ( $X_3$ ) terhadap keputusan menggunakan transportasi udara lion air (Y) adalah sangat kuat dengan nilai korelasi 0,956. Ini berarti Ho ditolak dan Ha diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan transportasi udara lion air.

Pengaruh kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kepuasan pelanggan ( $X_2$ ) dan citra perusahaan ( $X_3$ ) terhadap keputusan menggunakan transportasi udara lion air (Y)

adalah sangat kuat dengan nilai korelasi 0,966. Ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan transportasi udara lion air.

## E. DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah dan Haris, Budiyo. 2004. “*Pengantar Manajemen*” Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Anaria Melissa, Hadi Suharno, Toto Hardiyanto S, Suharto Abdul Majid. 2017. “*Jurnal Penerapan Safety Management System dan Kompetensi Pemandu Lalu Lintas Penerbangan*”
- Anaria Melissa, Hadi Suharno, Toto Hardiyanto S, Suharto Abdul Majid. 2017. “*Jurnal Penerapan Safety Management System dan Kompetensi Pemandu Lalu Lintas Penerbangan*”
- Assauri, Sofjan. 2014. “*Manajemen Pemasaran*” Jakarta: Raja
- Atik, Andriana. 2017. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen CV. Mufidah)*”
- Buchari, Alma. 2013. “*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*” Bandung: Alfabeta.
- Buchory, Herry Achmad dan Djaslim Saladin. 2010. “*Manajemen Pemasaran*” Bandung: Linda Karya.
- Bungin, Burhan. 2013. “*Metode penelitian sosial & ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasara edisi pertama.*” Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Dantes, Nyoman. 2012. “*Metode Penelitian*” Yogyakarta: Andi.
- Danang, Sunyoto. 2014. “*Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*” Jakarta: Buku Seru.
- Danang, Sunyoto. 2013. “*Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*” Yogyakarta: CAPS.
- Hadi Suharno, Srie Nuning Mulatsih and Anna Sofia. 2018. *International Journal of Advance Scientific Research & Development “Analysis Of Effect Of The Presence Of Soekarno-Hatta Airport Province Of Environmental And Economic Banten”*. Grafindo Persada.
- Hafizhul Khair, Anita Silvianita. 2016. *Analisis Kualitas Pelayanan Atas Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Penerbangan Lion Air (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Telkom Tahun 2016)*.
- Haryantini. 2018. “*Jurnal Analisis Strategi Pemasaran PT Citilink Indonesia Untuk Meningkatkan Daya Sain*”. *Jurnal Manajemen Pemasaran* ISSN No (Print) 2598-0823. Vol. 1 No. 4.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Best, R. J. 2007. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw Hill Company Inc.
- Juhaya S. Pradja. 2014. “*Pengantar Ilmu Ekonomi*” Jakarta: Pustaka Setia.
- Latumaerissa, Julius. 2015. *Perekonomian Indonesia dan Dinamika Ekonomi Global*” Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Marwanto, Aris. 2015. “*Marketing Sukses*” Yogyakarta: Kobis.
- Rahayu, Basuki Sri dan Endang Saryanti. 2014. “*Pengaruh Kualitas Pelayanan, Hubungan Pelanggan, dan Citra Perusahaan Terhadap*

- Loyalitas melalui Kepuasan Nasabah. STIE Adi Unggul Bhirawa Surakarta*”.
- Rosa Lesmana & Yustriani. 2017. *Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma, Vol.1, No.1*”
- Rosyidi, Suherman. 2014. “*Pengantar Teori Ekonomi*” Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*” C.V Andi Offset.
- Sudaryono. 2014. “*Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Pemasaran*” Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. 2014. “*Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D*” Bandung: Alfa Beta.
- Sugiyono. 2017. “*Metode Penelitian Kebijakan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D dan Penelitian Evaluasi*”. Bandung: Alfabeta.
- Suharno, Hadi. 2015. “*Strategi Pemasaran Transportasi Udara*” Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suharno, Hadi. 2015. “*Manajemen dan Perencanaan Bandar Udara*” Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sujarweni, V, W. 2014. “*Metodologi penelitian*” Jakarta: Pustaka Setia.
- Tjiptono, Fandy. 2014. “*Pemasaran Jasa*” Bandung: Alfa Beta.
- Widodo. 2012. “*Cerdik Menyusun Proposal Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi, Praktis dan Dilengkapi Contoh*” Jakarta: MagnaScript
- <http://www.airnavindonesia.co.id/> di unduh 2013
- [http://hukum.kompasiana.com/26 Juli 2010](http://hukum.kompasiana.com/26%20Juli%202010)
- [www.bbc.com](http://www.bbc.com), 12 Agustus 2016
- <http://www.lionair.co.id/id/lionexperience/about>.
- [https://www.google.com/Lion Air Profile](https://www.google.com/Lion%20Air%20Profile) 2014
- [https://www.google.com/Company Profile Lion Air 2014](https://www.google.com/Company%20Profile%20Lion%20Air%202014).
- [https://issuu.com/lionmagazine/docs/lionmag\\_juni 2019](https://issuu.com/lionmagazine/docs/lionmag_juni_2019).
- [www.tempo.com](http://www.tempo.com), 12 Agustus 2016
- <http://bandarasoekarnohatta.com/daftar-nama-maskapai-penerbangan-yang-beroperasi-di-indonesia.info>
- <https://bandara.id/bandara-udara/undang-undang-penerbangan-no-1-tahun-2009>